Commerce international Canada
International Trade Canada
Canada

CanadExport

Vol. 23, nº 7
15 avril 2005

Fin prêt à exporter grâce au FITT

Lorsque se présentent des débouchés à l'exportation, les entreprises bien préparées sont généralement celles qui en tirent le mieux parti. Cela dit, il n'est pas facile pour les PME d'obtenir les connaissances et les compétences dont elles ont besoin pour atteindre de bons résultats à l'exportation. L'apprentissage sur le tas au fil du temps est pour plusieurs une façon trop coûteuse d'acquérir des compétences à long terme. Voilà pourquoi le Forum pour la formation en commerce international (FITT) a lancé une série de programmes et d'initiatives visant à doter les PME d'un avantage concurrentiel, soit celui de comprendre l'environnement du commerce mondial. Par ailleurs, la conférence annuelle du FITT aura lieu à Aylmer (Québec) à la fin du mois de mai.

Le FITT, qui a pour mission d'offrir de la formation de qualité et une accréditation dans le domaine du commerce international, collabore avec différents établissements d'enseignement et offre des cours en ligne aux Canadiens souhaitant acquérir les compétences et les connaissances qui leur permettront de tirer leur épingle du jeu sur les marchés mondiaux. Sensible à l'importance d'une reconnaissance des compétences pour les professionnels du commerce international, le FITT offre à ceux-ci une accréditation professionnelle. Le FITT est le seul organisme du Canada qui octroie le titre de Professionnel accrédité en commerce international (PACI), titre canadien par excellence dans le domaine du commerce international.

voir page 2 — FITT

Canada Goose : essor spectaculaire en Suède

Tous les mois, un plein conteneur de parkas Canada Goose arrive en Suède et, généralement, tout son contenu est vendu avant même de parvenir chez le distributeur suédois. C'est à cela qu'on reconnaît que Canada Goose est une des entreprises qui a le plus marqué le monde de la mode en Suède depuis les trente dernières années.

Tout comme son logo caractéristique — autre facette de l'énorme succès des parkas Canada Goose —, le phénomène Canada Goose s'inscrit dans un courant encore plus ample en Scandinavie : « le Canada, c'est super cool! » D'après Michael Virr, conseiller commercial à l'ambassade du Canada en Suède, « tout article vestimentaire arborant un symbole du Canada est très à la mode, la feuille d'érable ou le mot Canada par exemple, tout comme les chandails aux couleurs des universités canadiennes ». Mais la popularité et le côté branché du Canada ne se résument pas à cela.

voir page 6 — Canada Goose en Suède

Photo : Canada Goose

2007-01881/

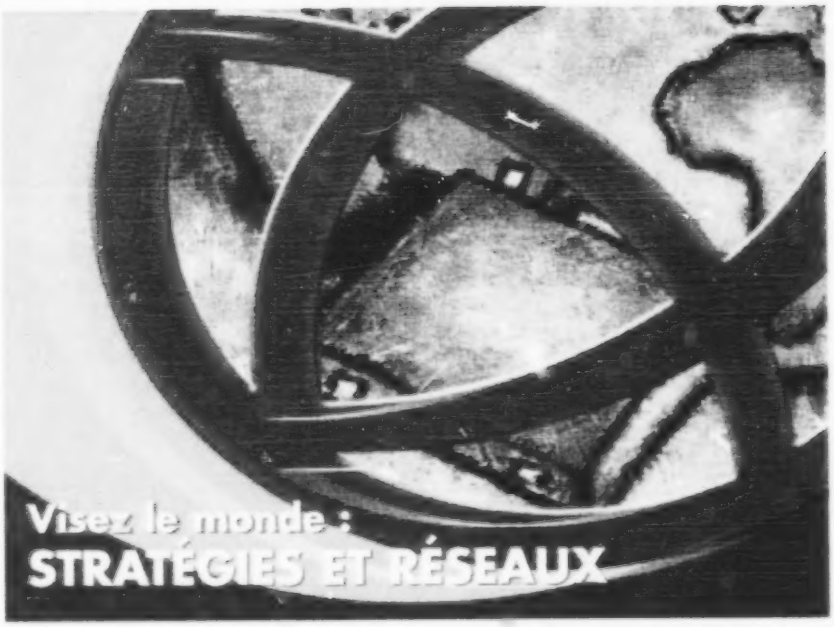
FITT — *suite de la page 1*

Titre de PACI

En réponse aux appels lancés dans l'industrie afin que soit établi un titre professionnel particulier au commerce international, et dans le cadre de son objectif d'établir des normes nationales pour la formation et l'accréditation dans le domaine du commerce international, le FITT a créé le titre de PACI. Pour obtenir ce titre, on doit remplir des conditions rigoureuses, notamment suivre le programme FITThabiletés ou l'équivalent et posséder au moins un an d'expérience dans le domaine du commerce international.

FITThabiletés

Le programme FITThabiletés est la principale voie d'obtention du titre de PACI. Il s'agit d'un programme axé sur le rendement qui permet aux participants d'acquérir les compétences requises pour réussir dans le domaine du commerce international. FITThabiletés a été approuvé par l'International Association of Trade Training Organizations. Les cours sont donnés par des professionnels expérimentés répondant aux critères de sélection nationaux; ils sont offerts dans l'ensemble du Canada en collaboration avec des établissements d'enseignement et également en ligne.



Destination : marchés internationaux

Cette série d'ateliers est une initiative mixte du FITT et d'Équipe Canada inc. Au cours de ces ateliers d'une durée de trois heures, qui sont également offerts en ligne, les participants se familiarisent avec le monde du commerce international, dont le marketing, la recherche sur les marchés, le financement du commerce, ainsi que la logistique et la distribution en matière de commerce international.

Programmes en commerce

Outre le programme FITThabiletés et les ateliers Destination : marchés internationaux, le FITT peut offrir des cours sur mesure afin de répondre à des besoins propres à un secteur particulier en matière de commerce international.

Adhésion

Les membres du FITT ont accès à divers programmes, publications et services spécialement conçus pour les professionnels du commerce international. Que vous souhaitiez vous perfectionner, acquérir de nouvelles habiletés ou connaissances ou demeurer en contact avec vos pairs, l'adhésion au FITT peut vous être utile.

Toutes ces initiatives contribuent à l'atteinte de l'objectif du FITT de répondre aux besoins de formation collectifs et individuels en matière de commerce international. Le FITT a pour objectif d'aider les organisations et les personnes à accroître leur efficacité sur le marché mondial.

Conférence annuelle

La conférence nationale du FITT aura lieu les 29 et 30 mai à Aylmer (Québec). Il s'agit d'une activité annuelle d'importance pour les professionnels du commerce international et d'un point de convergence pour diverses activités, dont des exposés faits par des spécialistes du commerce international. La conférence est une excellente occasion pour les professionnels du commerce international de faire du réseautage et de se renseigner sur les questions d'actualité dans le monde du commerce international. Le thème de cette année est « Visez le monde : stratégies et réseaux ».

Pour de plus amples renseignements sur la conférence et pour s'y inscrire, communiquez avec le secrétariat de la conférence du FITT, tél. sans frais : (866) 775-1817, téléc. sans frais : (866) 775-9569, courriel : conference@fitt.ca, site Web : www.fitt.ca/conference/2005. Pour des **renseignements supplémentaires** sur les programmes du FITT, visitez www.fitt.ca.

CanadExport

Rédaction : Yen Le
Aaron Annable
Jean-Philippe Dumas

Abonnement
Téléphone : (613) 992-7114
Télécopieur : (613) 992-5791
Courriel : canad.export@international.gc.ca
Site Web : www.canadexport.gc.ca

CanadExport est un bulletin bimensuel publié par la Direction des services de communication de Commerce international Canada.
Tirage : 55 000 exemplaires

Also available in English.

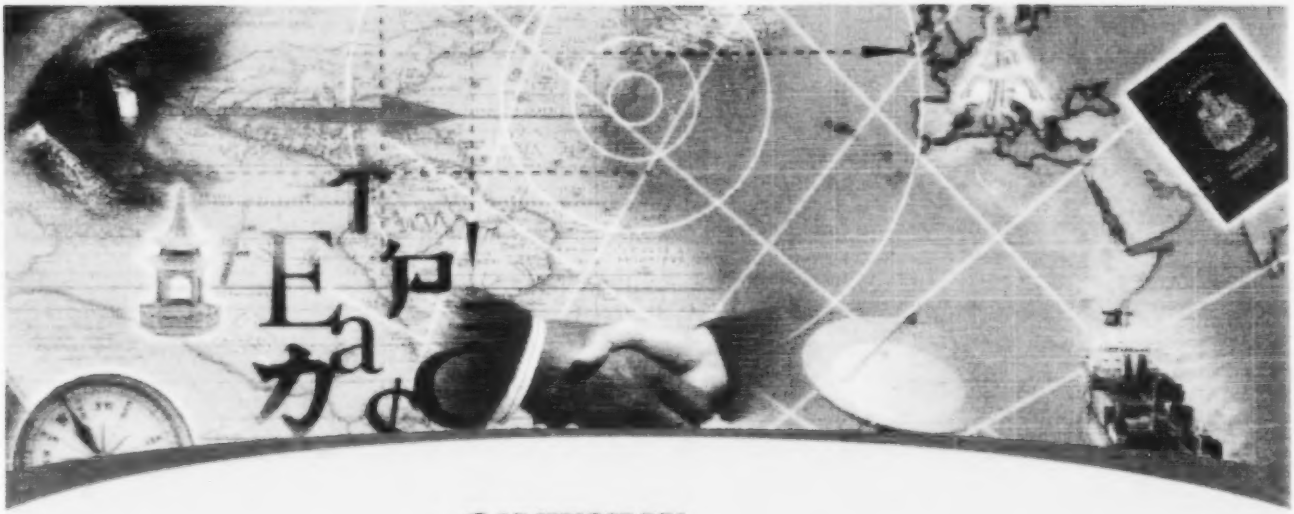
ISSN 0823-3349

On peut reproduire sans autorisation des extraits de cette publication aux fins d'utilisation personnelle à condition d'indiquer la source en entier. Toutefois, la reproduction de cette publication en tout ou en partie à des fins commerciales ou de redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite de *CanadExport*.

Pour un changement d'adresse ou une annulation, renvoyer l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.

Convention de la poste-publication nº 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS), CICan
125, promenade Sussex, Ottawa (Ont.) K1A 0G2
Courriel : canad.export@international.gc.ca



LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA

Le Service des délégués commerciaux au Canada

Vous êtes persuadé que vos produits et services pourraient être concurrentiels sur les marchés étrangers, mais vous vous demandez comment percer sur la scène internationale. Peut-être souhaitez-vous diversifier vos activités à l'étranger et avoir des conseils avant d'aller de l'avant? L'économie mondiale d'aujourd'hui incite de plus en plus d'entreprises canadiennes à envisager d'exporter leurs produits ou services. Vous songez à exporter, mais devant la masse de renseignements disponibles, vous ne savez trop par où commencer. Votre plan d'exportation et votre stratégie de marketing sont-ils solides? Sur votre marché cible, quels services vous aideront à établir des relations d'affaires solides et fiables?

Nos services : ici même au Canada

Avec 100 délégués commerciaux desservant chaque province et territoire au Canada et 800 délégués commerciaux œuvrant dans plus de 140 villes à l'étranger, le Service des délégués commerciaux du Canada est là pour vous aider. Par l'entremise de nos bureaux au Canada, vous pouvez obtenir des conseils sur votre stratégie d'exportation, de l'information commerciale pertinente, des conseils sur les possibilités de financement et les coordonnées de relations d'affaires qui vous faciliteront l'accès au marché international.

Conseils personnalisés à l'exportation

Vous êtes prêt à vous investir dans une démarche d'exportation et vous avez un produit ou un service concurrentiels à offrir? Nos bureaux au Canada peuvent vous aider à mettre en œuvre votre stratégie d'exportation. Nous vous aiderons également à trouver d'autres services à l'exportation offerts ici même au Canada.

Informations stratégiques

Pour établir votre stratégie d'exportation et livrer concurrence à l'étranger, vous avez besoin de renseignements stratégiques à jour sur les marchés internationaux. Nous recueillons et analysons continuellement de telles informations pour les exportateurs canadiens. Grâce à nos bureaux à l'étranger et au Canada, nous vous aiderons à vous mettre en rapport avec les délégués commerciaux et d'éventuels partenaires sur vos territoires visés.

Consultation en matière de financement à l'exportation

Nos bureaux vous fourniront des renseignements sur les programmes de financement offerts dans votre province ou territoire afin de vous aider à assumer les coûts et les risques liés à votre lancement et à votre expansion sur les marchés étrangers.

Foires, missions et activités commerciales

Vous êtes prêt à sonder le terrain? Nous vous recommanderons des foires et des missions commerciales qui répondront aux besoins de votre entreprise. Nous collaborons aussi avec des partenaires à l'organisation de séminaires et d'activités au Canada qui vous aideront à en apprendre davantage sur le contexte des affaires à l'étranger et les possibilités d'exportation.

Exploitez le potentiel de votre entreprise sur les marchés extérieurs. Découvrez de nouveaux marchés d'exportation lucratifs. Diversifiez vos activités commerciales à l'étranger. Obtenez l'aide dont vous avez besoin ici même au Canada!

Pour de plus amples renseignements, consultez **www.infoexport.gc.ca** et cliquez sur *Nos bureaux à l'étranger* ou communiquez avec nous au 1 888 811-1119.

À l'assaut du géant chinois

La Chine a connu une croissance économique phénoménale au cours des 25 dernières années : 9 % en moyenne. Les importations chinoises ont progressé de plus de 181 milliards de dollars l'an dernier. La Chine est maintenant la troisième nation commerçante du monde, et son PIB se classe au deuxième rang mondial. En outre, Beijing sera l'hôte des Jeux Olympiques de 2008, ce qui ne manquera pas de créer quantité de débouchés.

Les entreprises étrangères font la queue à Beijing pour s'arracher les possibilités commerciales qu'offre cette ville. En janvier dernier, plus de 1 500 contacts chinois y ont été invités pour participer au programme de réseautage et de jumelage sectoriel d'une journée organisé dans le cadre de la récente mission commerciale du Canada en Chine. À cette occasion, 335 entreprises canadiennes ont présenté leurs produits et services à un public composé d'importateurs, de distributeurs et de décideurs chinois.

L'éventail des produits présentés s'est révélé très attrayant de par son étendue et son caractère novateur. En effet, tout au long de la journée, les participants chinois ont rencontré les participants à la mission, se sont montrés attentifs à leurs exposés et ont activement pris part à des séances de questions-réponses.

Un message percutant

Les entreprises canadiennes ont su faire passer un message important en Chine : elles et leurs produits méritent qu'on leur accorde une attention spéciale sur ce marché dynamique. Rien que durant l'escale de la mission à Beijing, près de 90 ententes commerciales bilatérales ont été signées en présence du ministre du Commerce international, M. Jim Peterson.

La mission a également été l'occasion pour les gouvernements chinois et canadien d'instaurer des mesures visant à favoriser la réalisation de ces ententes. Pendant sa rencontre avec Bo Xilai, son homologue chinois, M. Peterson a présenté d'autres engagements propres à améliorer les relations bilatérales dans de nombreux secteurs déterminants, à savoir la collaboration multilatérale, les ressources naturelles, l'énergie ainsi que le commerce et l'investissement. Comme l'a souligné récemment M. Peterson : « La Chine est à redéfinir le commerce mondial, et pour les entreprises canadiennes, l'établissement d'une stratégie commerciale n'est pas un luxe, mais bel et bien une nécessité. »

Mais quelle direction devons-nous emprunter? Les délégués commerciaux du Canada en Chine sont au service des entreprises canadiennes désireuses d'exporter leurs produits, services ou technologies vers la Chine. Ils ont repéré à leur intention des occasions d'affaires particulièrement prometteuses pour l'année prochaine dans divers secteurs d'activité.

- **Agriculture et agroalimentaire :** services laitiers et produits transformés, colza-canola, porc, poisson et fruits de mer, aliments santé et ingrédients pour la transformation des aliments.
- **Enseignement et formation :** formation en entreprise et formation des cadres, formation des enseignants (par exemple en anglais langue seconde), formation bilingue, cours de leadership et formation professionnelle dans divers domaines.
- **Transports :** fabrication d'automobiles et de pièces d'automobiles, technologies propres, services et matériel d'aviation, transport ferroviaire et urbain ainsi qu'équipement de sécurité.
- **Construction :** produits de construction écoénergétiques et services d'architecture.
- **Technologies d'information et de communication**, services de télécommunications à plus-value, technologies de troisième génération, jeux en ligne et systèmes d'intervention d'urgence.
- **Production d'électricité :** développement de technologies de gestion hydroélectrique ainsi que technologies et équipement de protection de l'environnement.
- **Pétrole et gaz :** services et équipement de prospection et d'exploitation du pétrole côtier et extracôtier, équipement pour pipelines, services de récupération assistée des hydrocarbures, services et formation en génie pétrolier ainsi que marché (en aval) des produits pétroliers raffinés et des stations-service.

Les entreprises canadiennes qui réussissent en Chine sont celles qui se renseignent à fond, ciblent bien leur marché et se préparent suffisamment. Vous trouverez à la page suivante 10 conseils pratiques que vous avez tout intérêt à suivre en Chine. Faites vos devoirs et savourez votre succès!

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec l'ambassade du Canada en Chine, tél. : (011-86-10) 6532-3536, téléc. : (011-86-10) 6532-1304, courriel : beijing-td@international.gc.ca, site Web : www.beijing.gc.ca.

Le ministre du Commerce international canadien, Jim Peterson, rencontre le ministre du Commerce chinois, Bo Xilai.

10 tuyaux pour réussir en Chine

Pour qui veut exporter en Chine, la question de la culture est tout aussi importante que le produit ou le service proposés. Que vous envisagiez de vous lancer sur le marché chinois, que vous y ayez récemment réalisé votre première vente ou encore que vous y ayez établi une présence, il est primordial que vous soyez au fait des subtilités de la culture chinoise.

M^me^ Mia Doucet, directrice générale du Sales Development Institute et auteure de *China in Motion*, ouvrage ayant aidé des centaines de Canadiens à peaufiner leur stratégie d'exportation et à aplanir les difficultés interculturelles et linguistiques qui se répercutent sur la productivité et la rentabilité des exportateurs en Asie. Les conseils qui suivent, tirés de l'ouvrage primé de M^me^ Doucet, vous permettront d'éviter des erreurs coûteuses.

1) **Le besoin des Chinois de se sentir respectés et reconnus est au cœur de toute communication, pas seulement des négociations.**
Il importe de se tenir à une certaine distance des gens. Bien entendu, il faut laisser à chacun la chance de parler.

2) **Tâchez de fraterniser avant de parler affaires.**
Les Asiatiques font des affaires avec des gens en qui ils ont confiance. Mais cette confiance, il faut savoir la gagner en faisant les choses « comme il faut ».

3) **Ne jamais faire perdre la face à quelqu'un.**
Ne contredisez jamais personne, pas même un membre de votre équipe. Ne montrez jamais à quelqu'un qu'il a tort. Et ne répondez jamais « non », c'est considéré comme impoli et arrogant.

4) **Articulez bien, car la plupart des Asiatiques comprennent beaucoup moins l'anglais parlé qu'on ne le pense.**
Lorsqu'un Asiatique sourit et opine de la tête, cela peut être plus par politesse, respect des convenances et par souci de sauver la face. Ne pensez pas qu'il a nécessairement compris ce que vous lui dites. Faites des phrases courtes. Écoutez plus que vous ne parlez. Faites une pose entre vos phrases. Trouvez quatre ou cinq façons simples d'exprimer la même idée. Ne posez jamais une question qui n'appelle qu'une réponse positive ou négative. Évitez toutes les expressions argotiques. Enfin, abstenez-vous complètement de faire de l'humour.

5) **Habituez-vous à tout mettre par écrit.**
Notez tout et dans le détail. Organisez vos idées. Écrivez lisiblement, dans un anglais simple. Et parce que beaucoup d'Asiatiques sont « visuels », faites-leur plaisir : faites usage de graphiques, de tableaux et de diagrammes.

6) **Préparez vos rencontres.**
Un manque de préparation peut faire perdre la face et compromettre la confiance. Ne donnez pas de réponses « partielles » et n'en attendez pas non plus de vos homologues chinois : elles sont considérées comme impolies. Et surtout, ne vous fiez jamais à votre sens de l'improvisation.

7) **Soyez absolument certain de ce que vous avancez. Autrement, vous risquez de perdre votre crédibilité.**
Gardez-vous bien de présenter une idée ou une théorie si vous n'êtes pas en mesure de l'étayer solidement. Si vous faites une erreur, on jugera ne pas devoir vous faire confiance.

8) **Ne pressez jamais un Asiatique de prendre une décision.**
Paradoxalement, pour accélérer la prise de décision vous devez ralentir. Reprenez le tout depuis le début et, étape par étape, définissez une solution.

9) **Dans les négociations, considérez-vous comme un novice.**
Sachez faire preuve de patience et d'humilité, la route sera longue et cahoteuse. Vous connaîtrez des hauts et des bas. Les conseils ci-dessus vous aideront à obtenir des résultats satisfaisants.

10) **Le service à la clientèle doit être irréprochable. Les gaffes ne sont pas permises.**
Il faut beaucoup de formation et de travail pour combler l'écart culturel. Les membres de votre équipe, qui communiquent avec votre clientèle, vos fournisseurs et votre personnel asiatiques, doivent connaître les sensibilités culturelles de ces derniers aussi bien que le voyageur d'affaires qui rentre chez lui après avoir décroché le contrat. Nous, Occidentaux, ne sommes en général pas à même de saisir ces différences culturelles : nous avons besoin de nous les faire enseigner.

Pour plus de renseignements, rendez-vous à www.chinainmotion.com ou écrivez à M^me^ Mia Doucet à mia@chinainmotion.com. ❀

« Ma Criée au Canada » : un grand succès

En collaboration avec La Criée, une chaîne de restaurants française qui se spécialise dans le poisson et les produits de la mer, l'ambassade du Canada à Paris, en France, a organisé pendant la période des Fêtes une campagne de promotion des fruits de mer canadiens qui a connu un grand succès. La Criée compte de nombreux restaurants répartis à travers la France, la plupart en périphérie des grandes villes.

Intitulée « Ma Criée au Canada », la campagne s'est déroulée du 4 décembre 2004 au 9 janvier 2005. Des plats canadiens à base de homard et de noix de Saint-Jacques (le nom commercial donné à nos pétoncles en France) étaient au menu. Ce choix a été fort apprécié par les clients, car la chaîne a servi 220 000 couverts et vendu pas moins de 3,2 tonnes de homard au cours de la campagne. Grâce à ce partenariat entre La Criée et l'ambassade, les produits de la mer canadiens ont été ainsi présentés à un grand nombre de clients français au cours de la période de l'année où les restaurants sont les plus achalandés. La Commission canadienne du tourisme et Vacances Transat, qui offrait en tirage des billets d'avion aller-retour Paris-Montréal, ont également pris part à cette campagne de promotion.

La campagne a été lancée lors d'un déjeuner qui a eu lieu le 30 novembre 2004, en présence de l'ambassadeur, M. Claude Laverdure, et du président de La Criée, M. Jean-François Damour, et de gens de la presse française. On a également fait de la publicité dans la presse gratuite, et des échanges de liens sur les sites Web respectifs ont aussi contribué au succès de cette opération publicitaire — une opération que nous avons d'ailleurs l'intention de répéter en 2005.

Nombreuse assistance au lancement de la promotion.

M. Jean-François Damour, président des restaurants La Criée (à gauche), et l'ambassadeur Claude Laverdure.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec Yannick Dheilly, délégué commercial, ambassade du Canada, tél. : (33) 1.44.43.23.61, téléc. : (33) 1.44.43.29.98, courriel : yannick.dheilly@international.gc.ca, site Web : www.amb-canada.fr.

Canada Goose en Suède — *suite de la page 1*

C'est la conjugaison de deux facteurs qui est à l'origine de ce succès sur les marchés étrangers, succès qui remonte à 1993 : d'une part, la réputation de ces parkas de qualité supérieure et de leur fabricant, Metro Sportswear, et, d'autre part, la persévérance du distributeur suédois, Tennessee Style. Joakim Südow, propriétaire de Tennessee Style, qui importait à l'époque des chaussures pour hommes, cherchait à lancer sur le marché un vêtement sport novateur. Il a donc communiqué avec les ambassades du Canada, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande pour leur demander de l'aider à cerner les entreprises qui aimeraient exporter vers la Suède.

Le Canada répond à l'appel

« L'ambassade du Canada nous a été d'une aide formidable et nous a fourni tout un répertoire d'entreprises intéressées dont Canada Goose-Metro Sportswear faisait partie », raconte M. Südow, en signalant toutefois que les ventes étaient faibles au début. « La première année, en 1994, nous avions trois clients et avons vendu 50 manteaux. » L'année suivante, cependant, les ventes avaient doublé et, en 1996, elles totalisaient déjà 400 manteaux. Aujourd'hui, Tennessee Style vend 15 000 parkas Canada Goose par an et en tire 70 % de son chiffre d'affaires.

Metro Sportswear est une PME familiale torontoise qui a ouvert ses portes il y a quelque 45 ans. Aujourd'hui, 70 employés sont affectés à la production des vêtements d'extérieur conçus pour les grands froids et destinés aux marchés de l'Amérique du Nord, de l'Europe et de l'Asie. En 2002 et en 2003, la moitié de la production de Metro Sportswear était destinée à la Suède. Forte de l'expérience qu'elle a acquise sur le marché suédois, l'entreprise a agrandi ses installations en 2004. Danny Reiss, président de Metro Sportswear, s'intéresse maintenant à de nouveaux marchés et compte bien y remporter le même succès qu'en Suède.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec l'ambassade du Canada en Suède, tél. : (011-46-8) 453-3000, téléc. : (011-46-8) 453-3016, courriel : stkhm-commerce@international.gc.ca, site Web : www.canada-goose.com.

Vous voulez en savoir plus sur le Canada et l'Asie? Consultez le numéro du printemps 2005 de ***Canada — Regard sur le monde***, le magazine trimestriel d'Affaires étrangères Canada sur la politique étrangère (www.international.gc.ca/canada-magazine).

Homeland Security Istanbul, une foire à surveiller

ISTANBUL, TURQUIE — du 9 au 12 juin 2005 — Ne ratez pas l'occasion de participer à l'exposition **Homeland Security Istanbul 2005**, foire commerciale qui portera à la fois sur la sécurité intérieure, les services de police internationaux, la sécurité électronique, les opérations de sauvetage et l'équipement afférent. Cette foire commerciale est la seule foire internationale de l'Eurasie à se spécialiser dans la sécurité nationale, publique et industrielle. Cette foire aura lieu sous les auspices du ministère turc de l'Intérieur et du commandement général de la Gendarmerie.

Seront présentés l'équipement et les services techniques des domaines de la sécurité suivants :

- authentification et vérification
- accès, surveillance et périmètre de contrôle
- sécurité générale et ordre public
- sécurité des routes, aéroports, chemins de fer et ports
- surveillance mobile et patrouille
- antiterrorisme
- protection de la propriété intellectuelle
- gestion de la population des criminels
- contrôle du trafic frontalier
- immigration illégale
- crime cybernétique
- trafic de drogues et trafic de personnes
- contrefaçon
- détection et destruction des explosifs et des matériaux dangereux
- risques technologiques et nucléaires
- blanchiment d'argent

L'ambassade du Canada en Turquie envisage d'avoir un stand à cette foire.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec la section commerciale de l'ambassade du Canada en Turquie, tél. : (011-90-312) 409-2753, téléc. : (011-90-312) 409-2715, courriel : ankra-td@international.gc.ca, site Web : www.cnr-homelandsecurity.com.

ANUGA : dix foires en une seule!

COLOGNE, ALLEMAGNE — du 8 au 12 octobre 2005 — Les entreprises canadiennes qui souhaitent créer ou conserver de bonnes possibilités d'exportation devraient envisager d'exposer leurs produits au pavillon du Canada à la foire **ANUGA**, qui est la plus grande foire commerciale du monde consacrée aux aliments et boissons et qui attire plus de 160 000 acheteurs de partout dans le monde.

Agriculture et Agroalimentaire Canada aura pour tâche de mettre sur pied et de gérer le pavillon canadien des aliments fins, où les exposants pourront avoir un stand dans un espace de 472 mètres carrés idéalement situé dans l'allée principale de l'exposition. Le pavillon offrira un service complet clé en main. Il sera construit par des professionnels et géré de manière à répondre à vos besoins.

Des spécialistes du marché des aliments et des boissons seront sur place pendant l'exposition pour soutenir vos efforts de commercialisation, donner des renseignements sur le marché et assurer la promotion commerciale. Pour la première fois cette année, il y aura un centre de démonstration où des chefs cuisiniers canadiens élaboreront des recettes novatrices de manière à faire connaître vos produits et à faire la démonstration de la qualité et de la diversité des mets gastronomiques canadiens. Ne ratez pas cette belle occasion d'ouvrir de nouvelles perspectives commerciales pour votre entreprise.

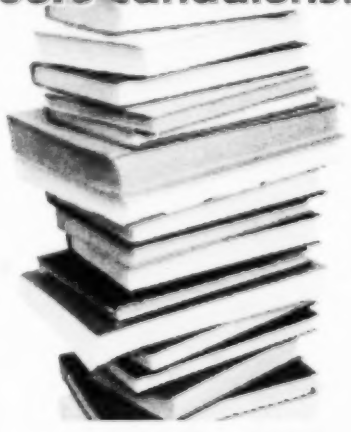
Pour obtenir de plus amples renseignements ou pour exposer au pavillon du Canada, communiquez avec Brian Bonner, Agriculture et Agroalimentaire Canada, tél. : (613) 759-7642, téléc. : (613) 694-2449, courriel : bonnerb@agr.gc.ca, site Web : www.ats.agr.gc.ca/anuga.

Foire du livre de Tokyo : avis aux éditeurs canadiens!

TOKYO, JAPON — du 7 au 10 juillet 2005 — Accédez au deuxième marché mondial de l'édition en participant à la **Tokyo International Book Fair** (TIBF). Avec des ventes brutes de quelque 25 milliards de dollars, le marché de l'édition japonais offre un potentiel énorme aux éditeurs internationaux — bon an mal an, plus de 5 400 nouveaux titres sont traduits par 600 maisons d'édition.

La TIBF constitue chaque année pour les exposants une occasion de négocier la vente de droits d'édition et des ententes de coédition, de vendre leurs produits aux importateurs ou librairies directement, de négocier les droits de numérisation ou d'imagerie des contenus et, enfin, de faire des affaires avec des visiteurs représentant des entreprises aux quatre coins de l'Asie. En 2004, la TIBF a accueilli 587 exposants venus de 29 pays et plus de 48 000 visiteurs.

Pour de plus amples renseignements, communiquez avec l'ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5412-6200, téléc. : (011-81-3) 5412-6327, courriel : tokyo-td@international.gc.ca, site Web : www.reedexpo.co.jp/tibf/english/index.html.



AGRICULTURE ET AGROALIMENTAIRE

Dallas, Texas (É.-U.) — du 26 au 28 juin 2005 — L'exposition **Southwest Foodservice Expo** de cette année aura lieu au même endroit que la foire Cantina/Club Tech/Grand Wine, ce qui en fera une des plus importantes manifestations commerciales dans le domaine des services alimentaires au États-Unis. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat général du Canada à Dallas, tél. : (214) 922-9806, téléc. : (214) 922-9815, courriel : dalas-td@international.gc.ca, site Web : www.restaurantville.com/cc/swexpo.

La Nouvelle-Orléans, Louisiane — du 6 au 8 août 2005 — L'exposition **Louisiana Foodservice EXPO** est la plus grande du domaine de la restauration dans la région du golfe du Mexique. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le consulat général du Canada à Dallas, tél. : (214) 922-9806, téléc. : (214) 922-9815, courriel : dalas-td@international.gc.ca, site Web : www.lra.org.

BIO-INDUSTRIES

Philadelphie, Pennsylvanie (É.-U.) — du 19 au 22 juin 2005 — Participez à **BIO 2005**, convention annuelle internationale, où sont attendus 20 000 professionnels de la biotechnologie et des sciences de la vie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Elizabeth Robinson, déléguée commerciale, consulat du Canada à Raleigh-Durham, Caroline du Nord, tél. : (919) 573-1810, téléc. : (919) 573-1809, courriel : elizabeth.robinson@international.gc.ca, site Web : www.bio.org/events/2005.

INDUSTRIES DE LA SANTÉ

Dubaï, É. A. U. — du 13 au 15 septembre 2005 — L'**International Emergency Medical Services Congress 2005** est une importante exposition du secteur des services médicaux d'urgence, qui va attirer des délégués et acheteurs de toute la région. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Venky Rao, représentant de l'organisateur, tél. : (905) 896-7815, courriel : arabhealth@rogers.com, site Web : www.arabhealthonline.com/page.cfm/link=44.

Dubaï, É. A. U. — du 17 au 19 septembre 2005 — Le **Patient Safety Congress 2005** est une occasion pour les fabricants et distributeurs de faire connaître leurs produits à l'industrie croissante des soins médicaux du Moyen-Orient. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Venky Rao, représentant de l'organisateur, tél. : (905) 896-7815, courriel : arabhealth@rogers.com, site Web : www.ah-patientsafety.com.

MULTISECTORIEL

Dar es Salaam, Tanzanie — du 30 juin au 10 juillet 2005 — Venez visiter la **foire commerciale internationale de Dar es Salaam**, grande manifestation promotionnelle organisée par la Commission du commerce extérieur de la Tanzanie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec le haut-commissariat du Canada en Tanzanie, tél. : (011-255-22) 211-2831, téléc. : (011-255-22) 211-6897, courriel : dslam-td@international.gc.ca, site Web : www.tptanzania.com/ditf.

PÉTROLE ET GAZ

Moscou, Russie — du 21 au 25 juin 2005 — **MIOGE 2005**, huitième exposition et conférence internationales de Moscou sur le pétrole et le gaz, est le plus grand forum européen des leaders internationaux et russes du secteur du pétrole, du gaz et de l'énergie. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Jacob Kunzer, conseiller commercial, ambassade du Canada en Russie, tél. : (011-7-095) 105-6066, téléc. : (011-7-095) 105-6051, courriel : jacob.kunzer@international.gc.ca, site Web : www.mioge.ru/eng.

Aberdeen, Écosse (R.-U.) — du 6 au 9 septembre 2005 — Ne ratez pas la conférence et exposition sur le pétrole et le gaz **Offshore Europe 2005**, qui est une des plus importantes manifestations commerciales de l'industrie pétrolière. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec Simon Smith, délégué commercial, haut-commissariat du Canada au Royaume-Uni, tél. : (011-44-20) 7258-6600, téléc. : (011-44-20) 7258-6384, courriel : simon.smith@international.gc.ca, site Web : www.offshore-europe.co.uk.

PRODUITS DU POISSON ET DES FRUITS DE MER

Lima, Pérou — du 24 au 26 novembre 2005 — Venez visiter l'**EXPO PESCA 2005**, principale foire commerciale internationale du Pérou dans le domaine de la pêche et de la pisciculture. **Pour plus de renseignements**, communiquez avec l'ambassade du Canada au Pérou, tél. : (613) 238-1777, téléc. : (613) 232-3062, e-mail: ccht@bellnet.ca, site Web : www.thaiscorp.com/expopesca/english.htm. ❀

Service des renseignements

Le Service des renseignements de Commerce international Canada et d'Affaires étrangères Canada offre aux exportateurs canadiens des conseils, des publications et des services d'orientation. Les renseignements de nature commerciale peuvent être obtenus par téléphone au **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : **(613) 944-4000**), par télécopieur au **(613) 996-9709** ou par Internet (**www.international.gc.ca**).

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (BCS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Convention de la poste-publication
nº 40064047